

RU

Коммуникативные эффекты этноблогинга в оценках студентов-филологов: итоги социолингвистического исследования

Гаврилов А. Д., Иванова А. М.

Аннотация. Цель исследования – установить диапазон коммуникативного влияния речевой медиа-деятельности чувашских этноблогеров на процессы сохранения и развития национального языка в современных социокультурных условиях. В статье проанализированы оценки феномена чувашского этноблогинга, полученные в ходе социолингвистического исследования профессионального сообщества студентов-филологов, и на их основе установлены коммуникативные эффекты рассматриваемого явления. Научная новизна работы заключается в получении и введении в научный оборот социолингвистических данных, отражающих отношение представителей чувашской национально-языковой общности к практикам этноблогинга. В результате установлено, что коммуникативное воздействие чувашских этноблогеров на целевую аудиторию основывается на следующих эффектах: они делают чувашский язык и культуру заметными в глобальном медиапространстве; формируют к ним интерес у пользователей; примером своей высокой популярности мотивируют подписчиков на создание этнокультурного контента и использование при этом чувашского языка; популяризируют языковой активизм; повышают престиж чувашского языка в современном мире, вдохновляют аудиторию на его углубленное изучение и объединяют на своих страницах людей со схожей этноязыковой идентичностью.

EN

Communicative effects of ethnoblogging as assessed by philology students: results of a sociolinguistic survey

A. D. Gavrilov, A. M. Ivanova

Abstract. The aim of this study is to determine the scope of communicative impact of the speech media activity of Chuvash ethnobloggers on the processes of preserving and developing the national language in contemporary socio-cultural conditions. The article analyzes assessments of the Chuvash ethnoblogging phenomenon, obtained through a sociolinguistic survey of the professional community of philology students, and based on these, establishes the communicative effects of the phenomenon. The scientific novelty of the work lies in the acquisition and introduction into academic use of sociolinguistic data reflecting the attitude of representatives of the Chuvash national-linguistic community towards ethnoblogging practices. The research found that the communicative impact of Chuvash ethnobloggers on their target audience is based on the following effects: they make the Chuvash language and culture visible in the global media space; generate user interest in them; by their high popularity, they motivate subscribers to create ethnocultural content and use the Chuvash language; popularize language activism; enhance the prestige of the Chuvash language in the modern world, inspire the audience to study it in depth, and unite people with similar ethno-linguistic identity in their blogs.

Введение

Информационное пространство многонациональной Российской Федерации исторически развивается в условиях языкового разнообразия. По данным Научного центра по сохранению, возрождению и документации языков России Института языкознания Российской академии наук, по состоянию на 2023 г. количество функционирующих в стране языков достигает 155 единиц (Список языков России, 2023). За 9 месяцев 2025 года в России зарегистрированы книги и брошюры на 117 языках народов мира, в том числе на 85 этнических

языках РФ (Статистика печати..., 2025). Кроме перечисленных изданий, на миноритарных языках в России выпускаются газеты и журналы, радио- и телепрограммы, кинофильмы и сетевые издания. Однако контент, направленный на удовлетворение этноязыковых потребностей населения, сегодня представлен далеко не только продукцией средств массовой информации и креативных индустрий. С получением всеобщего доступа к передаче информации в Интернете сложилась особая пользовательская практика по созданию, наполнению и продвижению этномаркированных веб-страниц – этноблогинг. Этноблогеры, в отличие от других типов сетевых авторов, в коммуникативной стратегии делают ставку на этнокультурную тематику, выстраивают личный бренд на основе этнического самоопределения и нередко в этих целях на своих медиаресурсах освещают вопросы сохранения и развития национального языка и с разной степенью интенсивности пишут и говорят на нем. Так, этноориентированные блоги способствуют формированию и развитию новой коммуникативной среды функционирования национальных языков в Интернете и вместе с тем являются средством и результатом одной из актуальных форм языкового активизма, эффективной в условиях медиатизации общества.

Актуальность настоящего исследования обусловлена тем, что со второй половины первого десятилетия XXI века отмечается интерес представителей разных языковых сообществ к этноблогингу как к непрофессиональной медиатеатральности, связанной с активным использованием этнического языка с намерением этнокультурной самоидентификации и публичной самопрезентации в социальных медиа, что подчеркивает необходимость специального изучения данного языкового явления и обращает на себя внимание лингвистов – в первую очередь специалистов в области теории языка, медиа- и социолингвистики, а также коммуникативно-прагматических исследований. С позиций интра- и экстралингвистических факторов учеными проанализирован этноблогинг на таких языках, как марийский (Орлова, 2024), мордовский (Пыреськина, 2025), удмуртский (Афанасьева, 2024; Ефремов, 2024), хантыйский (Головнев, 2021), чувашский (Гаврилов, 2023; Ягафова, 2025), эвенкийский (Головнев, 2024) и др. По нашим наблюдениям, языковая личность этноблогера из числа носителей языков народов России нередко билингвальна. Продуцируемая ею речь характеризуется русско-инонациональным двуязычием ввиду нацеленности на продвижение контента этноблога среди широкой российской аудитории (Gavrilov, 2025). Таким образом, актуальность исследования объясняется тем, что практики этноблогеров на языках народов России, в последние годы набирающие обороты в Интернете и направленные на повышение интереса в обществе к родным языкам и культурам, уже сегодня приводят к определенным коммуникативным эффектам и влияют на изменение отношения к языкам в сообществе их носителей. Данная работа нацелена на изучение реальных установок носителей чувашского языка в отношении коммуникативных эффектов национального этноблогинга.

Концепция настоящего исследования подразумевает проведение социолингвистического обследования профессионального сообщества чувашских студентов-филологов – интервьюирования малочисленной группы с помощью анкет, содержащих вопросы открытого типа по теме. Данный подход несколько имитирует метод фокус-группы, во время которого предполагается интервьюирование малого числа информантов для получения развернутых ответов. Однако в текущем исследовании намеренно была выбрана письменная форма получения ответов респондентов во избежание возникновения ситуаций влияния участников на мнения друг друга.

Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи:

- 1) разработать анкету и определить состав информантов;
- 2) провести анкетное интервьюирование студентов-филологов;
- 3) систематизировать и проанализировать полученные данные и на их основе выявить основной перечень коммуникативных эффектов этноблогинга.

Эмпирическим материалом исследования выступили ответы респондентов – данные проведенного осенью 2025 г. анкетного интервьюирования студентов 3-го курса отделения чувашской филологии и культуры Чувашского государственного университета имени И. Н. Ульянова.

Организовано качественное, а не количественное социолингвистическое исследование. Состав информантов определялся по критериям этнической самоидентификации, направления и курса обучения, места проживания до поступления в вуз и уровня владения чувашским языком. В число информантов вошли 9 обучающихся женского пола, идентифицирующих себя как этнических чувашек, в возрасте 19-21 года (19 лет – 4 респондента, 20 лет – 3, 21 год – 2), родившихся и проживавших до поступления в вуз преимущественно среди чувашей в сельской местности Чувашской Республики (Вурнарский муниципальный округ – 1, Ибресинский – 3, Красночетайский – 1, Яльчикский район – 1, Янтиковский район – 2) и Татарстана (Буинский муниципальный район – 1), свободно владеющих чувашским языком и имеющих устойчивые знания в области чувашского языкознания, литературоведения и национальной культуры в целом. Все опрошенные являются билингвами. Количественный ценз информантов был установлен исходя из требования к проектированию выборки подобного обследования: «В качественном полевом исследовании выборка в первую очередь является целевой, т. е. для изучения отбираются те единицы анализа, которые обладают наибольшим количеством насыщенной информации, позволяющей ответить на исследовательские вопросы» (Ваньке, Полухина, Стрельникова, 2020, с. 36). В качестве информантов выбраны представители одной социальной группы – все 9 студентов 3-го курса отделения чувашской филологии и культуры Чувашского государственного университета имени И. Н. Ульянова. Это обусловлено двумя факторами. С одной стороны, эти студенты входят в число целевой аудитории этноблогов, в данном случае чувашских, получивших интенсивное развитие в годы их обучения, благодаря чему потенциально могут оценить их коммуникативные эффекты в ракурсе нескольких последних лет не только как обычные пользователи, но главное – как группа носителей этнического языка, владеющая специальными знаниями в области чувашского языка и культуры и в целом равнодушная к этим вопросам. С другой

стороны, они относятся к поколению «цифровой молодежи», активно потребляющей информацию в социальных сетях и мессенджерах и чуткой к трендам, новым веяниям в контент-производстве.

Исследование строилось на основе комплекса социолингвистических методов, состоящего из метода анкетного интервьюирования респондентов, использованного для уточнения восприятия контента этноблогов представителями этноязыковой общности, а также непосредственного и включенного наблюдения за практиками взаимодействия чувашских этноблогеров с аудиторией в период с 2019 по 2025 г., что позволило разработать пул вопросов анкеты и определить состав информантов. Методологию работы также дополняют методы семантического анализа ответов респондентов и их последующей систематизации. В статье приведены прямые цитаты участников обследования с указанием авторства в скобках (например, И1, где «И» обозначает информанта, 1 – номер его анкеты).

Теоретико-методологическая база исследования охватывает лингвистические труды, в которых коммуникативный потенциал этноблогинга рассматривается в аспекте социолингвистики в целом (Крысин, 2021) и языкового активизма в частности (Баранова, 2023; Нурутдинов, Ханова, Мустафина, 2022), этносоциального функционирования национальных языков (Мухаметова, 2024; Орлова, 2024; Пыреськина, 2025), а также медиалингвистики и медиалистики (Афанасьева, 2024; Головнев, 2021; Ефремов, 2024). Так, особенно важным для нашей работы является наблюдение социолингвиста В. В. Барановой, одной из первых в отечественной литературе в своей монографии «Языковая политика без политиков: языковой активизм и миноритарные языки в России» указавшей на отдельные коммуникативные эффекты этноблогинга: «Многие блогеры сначала начинали писать на русском, а затем переходили на родной язык. Эта ситуация часто вызывает страх потерять аудиторию, но некоторые языковые активисты, наоборот, отмечают положительные изменения. <...> Почти все респонденты, пишущие на миноритарном и на русском языках, отмечают, что использование родного языка в постах приводит к увеличению количества комментариев на нем, т. е. способствует расширению коммуникации и, косвенно, сохранению языка» (2023, с. 93).

Практическая значимость работы заключается в том, что материалы исследования и полученные результаты дополняют в общем языкознании представления об этноблогинге как современной языковой практике и коммуникативном феномене на основе суммы оценок одного из сегментов целевой аудитории этноблогов (молодежь) и в то же время группы, владеющей специальными знаниями в области чувашского языкознания (студенты-филологи), вносят вклад в развитие положений социолингвистики, лингвокультурологии и медиалингвистики, а также могут найти применение в процессе преподавания лингвистических дисциплин в высшей школе.

Обсуждение и результаты

Наблюдения за этноориентированной отечественной медиасредой позволяют констатировать активное развитие этноблогов на языках народов России. Заметное место среди них занимают чувашские этноблоги. Одним из начинателей данного направления является проект «Чăваш ТВ» Константина Доброхотова. С 2020 г. автор популяризирует чувашский язык и культуру в социальных сетях через познавательные и развлекательные видеоролики: комментирует на чувашском языке события из своей жизни, показывает, какие национальные традиции и обычаи соблюдает, снимает реконструкции чувашских праздников и обрядов, читает в прямом эфире произведения классиков чувашской литературы своим детям и заодно подписчикам, объясняет диалектные различия чувашского языка и т. п. Проект отличает то, что весь контент – и текстовый, и видео – представлен на чувашском языке. С первых публикаций и активного потока обратной связи на них стало ясно, что существует запрос аудитории на чувашезычные блоги, что эта ниша в российском медиaprостранстве еще не сформирована и никем не занята. В социальных медиа посты на родном языке к моменту появления «Чăваш ТВ» создавали в основном журналисты чувашских периодических изданий: «Хыпар» (Чувашская Республика), «Канаш» (Ульяновская область), «Сувар» (Татарстан), «Урал сасси» (Башкортостан) и др. На их фоне неформальный по подаче, регулярно обновляемый авторский блог о жизни чувашского парня, увлеченного национальной культурой, заметно выделялся. «Чăваш ТВ» объединил в себе этнокультурный и лайфстайл медийные форматы, чем сумел привлечь интернет-пользователей, благодаря чему на своем примере показал, что блог на родном языке может быть интересным широкому кругу лиц, в том числе не владеющих чувашским языком. В 2025 г. совокупный объем аудитории проекта достигает 400 тыс. подписчиков.

Сегодня сложился самостоятельный сегмент чувашских этноблогов в социальных сетях, мессенджерах, видеохостингах и на подкаст-платформах – более 35 уникальных проектов молодых людей в возрасте 20–25 лет: Э. Александрова, Э. Борисовой, К. Доброхотова, К. Кошелевой, А. Мюресовой, А. Олангиной, С. Романовой, А. Сайковой, С. Толстой, А. Уруковой и др. При выпуске контента чувашские этноблогеры используют образы традиционной культуры и предлагают авторские интерпретации. Наиболее распространенная модель их коммуникативного поведения «заключается в русско-чувашском билингвальном и транскультурном построении медиавысказываний, преимущественно на русском языке с вкраплением отдельных слов и выражений на чувашском» (Gavrilov, 2025, p. 598). Часть блогеров придерживаются стратегии наполнения веб-страниц исключительно на чувашском языке.

Проведенное социолингвистическое обследование позволило установить диапазон взглядов представителей одной из групп целевой аудитории рассматриваемых этноблогов – профессионального сообщества филологов – на эффекты данного коммуникативного феномена. Проанализировав и обобщив полученные сведения, рассмотрим каждый из названных респондентами коммуникативных эффектов чувашского этноблогинга.

Эффект 1. Чувашские этноблогеры делают родной язык и культуру заметными в глобальном медиaprостранстве. Увеличение числа этноблогеров и их регулярная работа по продвижению контента на протяжении нескольких лет, поощряемого в силу повышенного внимания аудитории рекомендательными алгоритмами социальных медиа, приводят к интенсификации присутствия чувашского языка в медиаполе: «Если попросить открыть ленту в социальных сетях моих сверстников, то каждое обновление будет сопровождаться минимум одним постом на чувашском. И в этом, конечно, большая заслуга чувашских блогеров. Они из года в год продолжают публиковать и продвигать интересный контент на чувашском. Сейчас многие молодые люди из Чувашии на них подписаны, следят за ними, но даже, если у тебя немного подписок, все равно этноблогеры постоянно попадают в разделе рекомендаций. Не только мне, но и тем, кто вообще не смотрит их. Это видно и по количеству просмотров постов, и по комментариям под ними» (И3) (здесь и далее по тексту орфография и пунктуация респондентов сохранены. – А. Г., А. И.).

Публикации на чувашском языке начинают выделяться за счет создания этноблогерами контента в трендовых в момент выпуска форматах: «Этноблогеры постоянно креативят. За ними интересно наблюдать: то они необычно покажут какую-нибудь чувашскую традицию, то поделятся своим творчеством (песней, рисунками, одеждой и др.). Что бы ни делали, везде представлен чувашский язык. Иногда, конечно, минимально, но все же. Они его как-то грамотно вписывают в современность. И пользователи, в том числе русскоязычные, люди разнотной национальной принадлежности обращают внимание на чувашский язык. И чувашки, которые его не знают, тоже. Не раз видела, как писали, что “думала, что на чувашском говорят только в деревне”. Блогеры как раз ломают этот стереотип, создают чувашскую языковую среду в соцсетях» (И5).

Респонденты отмечают, что этноблогеры формируют среду, где присутствуют разные люди, с которыми есть возможность поговорить на чувашском, вместе с тем они помогают преодолеть ментальные барьеры: «Чувашские блогеры продвигают нашу культуру, наш язык. Создают моду вести социальные сети на чувашском языке. Объем контента увеличивается. Иногда даже создается ощущение, что на чувашском больше пишут и говорят в интернете, чем на улице, где-то в общественном месте. Это главная заслуга этноблогеров. Думаю, они помогают преодолеть страх быть непонятым, не бояться чаще говорить на чувашском или переходить с русского на чувашский и наоборот» (И9).

Эффект 2. Чувашские этноблогеры формируют интерес к родному языку и культуре у интернет-пользователей. Они привносят этнокультурный контент и чувашский язык в повестку дня подписчиков, заполняют ими их новостное поле: «В соцсетях сейчас в целом этнический контент привлекает внимание. Видишь, сколько существует народов, насколько культура каждого особенная. Чувашские этноблогеры достойно показывают чувашскую культуру. Выглядит все очень красочно, стильно, но иногда, мне кажется, теряется аутентичность, появляется какая-то новая культура, которая отличается от той, к которой мы привыкли, которую, например, я видела дома. Думаю, это делается, чтобы привлечь подписчиков, угодить им. Несмотря на то, что мне не всегда нравится, как они показывают чувашские традиции, все же интерес к языку и чувашской культуре повышается» (И1).

Доступность подачи контента обеспечивает его восприимчивость интернет-аудиторией, ее расположенность к нему: «Блогерам удастся заинтересовать людей в интернете чувашской культурой, потому что они говорят о ней без лишнего пафоса. Могут и пошутить, провести интересную аналогию, но самое главное – увлекательно подать необычные факты, обычно сложно воспринимаемые. Из истории чувашского народа, мифологии, фольклора. Говоря об этом, используют чувашские слова. Через чувашское слово будто иначе доносится мысль. Мне, говорящей с детства по-чувашски, так понятнее, да и эмоционально приятнее погружаться в тему» (И2).

Информанты подчеркивают, что серьезное отношение блогеров к производимым ими текстовым, фото-, видео- и аудиоматериалам прямо влияет на интерес к чувашскому языку и культуре: «Яркие ролики, мемы, разговорные видео – сама подача приближает чувашскую культуру к аудитории. Это язык интернета, понятный молодежи. Через форматы рождается интерес молодежи к чувашской культуре сейчас. В основном, правда, странички ведутся на русском, блогеры подчеркивают, что учат язык вместе с подписчиками. Такая честность тоже подкупает и попутно рождает интерес к национальному языку, музыке, литературе у подписчиков» (И6); «Блогеры следят за качеством контента. За качеством съемки, обработки фото, музыкальным сопровождением. Всё в тренде. Учитывая, что тема такого контента крутится вокруг чувашской культуры, то и она становится популярной, начинает привлекать внимание, становится все интереснее» (И7).

Эффект 3. Чувашские этноблогеры примером своей высокой популярности мотивируют аудиторию на создание этнокультурного контента и использование чувашского языка в Интернете. Они моделируют практики выражения этнокультурной идентичности в социальных медиа, дают готовые шаблоны того, как можно вести свою страницу, презентовать себя, свою культуру, язык: «Раньше и не думала, что соцсети могут быть на чувашском и о чувашском. Этноблогеры показали всем, что, если для тебя это важно, можно в своем блоге говорить о том, что для тебя как чувашки важно, и это не будет банальным или странным. Я на своей странице, конечно, редко говорю на филологические или исторические темы, но чувашский язык у меня звучит» (И3); «Увидела на канале “Чăваш ТВ” и потом у других блогеров встречала видео, в котором молодые ребята из разных районов зачитывают, как они по-чувашски называют разные предметы, например, картошку. Ролик о диалектных различиях в чувашском языке. Мне очень нравится эта тема, и я тоже с друзьями загорелась снять похожее видео. Сняла, выложила, столько комментариев получила. Знаете, так приятно было видеть отклик на то, что и тебе самой нравится. Не раз замечаю, что блогеры так на многих ребят влияют. Они тоже начинают выкладывать похожий контент. Можно сказать, задают “чувашские тренды” в соцсетях» (И8).

Так расширяется репертуар языков в коммуникативном поведении пользователей, чувашский язык становится одним из активно используемых, участвующих в создании разнопланового контента: начиная от присутствия в тексте поста до его сопровождения в фото-, видео- и аудиоформатах.

На развитие этноблогинга и распространение его эффектов влияют и усиливающиеся темпы цифровизации: «Еще 3-4 года назад на чувашском языке в социальных сетях даже сложно было писать. Не было таких технических возможностей, как сейчас. Нужно было специально искать чувашские буквы, помню, как собирала их в заметках на телефоне и оттуда брала, чтобы написать кому-нибудь по-чувашски. Сейчас у меня “Телеграм” на чувашском. Я установила чувашскую клавиатуру, наборы эмодзи. Думаю, во многом благодаря активности этноблогеров сейчас можно найти столько примеров того, как интересно подать информацию на родном языке. Можно повторить за ними и сделать что-то свое. Этноблогеры вдохновляют заинтересованных чувашской культурой на создание контента в таком духе. И это уже становится привычным» (И9). Вслед за этноблогерами пользователи мессенджера Telegram создают наборы стикерпаков с чувашезычными прецедентными высказываниями (известные выражения на чувашском языке, самобытные иллюстрации с чувашской символикой), а также пополняют базы готовых голосовых сообщений на чувашском языке, которые может использовать любой абонент в рамках электронной межличностной коммуникации. Обращение к чувашскому языку для общения в цифровой среде становится возможным благодаря модернизации технологической инфраструктуры: от появления символов в Unicode и раскладки клавиатуры до развития онлайн-переводчика и интерфейса приложений.

Эффект 4. Чувашские этноблогеры вдохновляют интернет-пользователей своими проектами на углубленное изучение родного языка. Развлекательный формат подачи блогерами лингвистической информации позволяет превратить изучение языка в неформальное времяпрепровождение: «Этноблогеры любят говорить о тонкостях чувашской речи на фоне других тюркских языков. По сути, каждый такой ролик – это мини-урок чувашского, очень простой, но полезный. Иногда они высвечивают такие особенности нашего языка, которые потом хочется обсудить с одноклассниками» (И7); «Мне нравится, что часть блогеров сфокусировалась на образовательном контенте. Хочу отметить аудиоуроки чувашского языка от объединения «Хавал» и развлекательные видео по изучению чувашского, записанные этноблогером Шанӑспи. Жду каждый новый ролик, хотя сама хорошо знаю язык. Правда, интересно. Увлекательно, ненавязчиво. Думаю, в таком виде нужно преподавать языки, таким способом увлекать языками. Так люди лучше воспринимают. Появляется желание учить язык, потому что это происходит без назидания, попутно просмотру общей ленты» (И4).

Одним из весомых результатов деятельности этноблогеров является то, что к изучению языка обращаются не только современные школьники и студенты, но и взрослые люди, в том числе те, кто раньше равнодушно относился к знанию родного языка: «Лично знаю несколько людей, которые с помощью этноблогов изучают язык. Есть и такие знакомые, кто записался на онлайн-курсы чувашского языка и теперь целенаправленно его изучает. Это взрослые люди. Им по 23-28 лет. Многие из них, кстати, не живут в Чувашии, находятся далеко от родственников. Благодаря этноблогам, они вспоминают о чувашском, о том, что это язык их предков, и как-то внезапно загораются идеей знать его. Будто таким образом восстанавливают связь с семьей, с народом, частью которых являются, но в окружении которых уже не живут» (И6).

В личной беседе этноблогер Александра Урукова (Шанӑспи), преподающая чувашский язык в Интернете, рассказала нам, что с каждым новым постом о чувашском языке к ней поступает все больше запросов как на индивидуальное, так и групповое изучение языка. Так научно-популярный контент в развлекательном формате вовлекает пользователей в освоение языка и мотивирует их на совершенствование навыков владения им.

Эффект 5. Чувашские этноблогеры повышают престиж чувашского языка в современном обществе. Студенты-филологи сходятся во мнении, что публикации этноблогеров повышают статус чувашского языка в обществе: «Этноблогеры – лидеры мнения. Создавая посты, видео на чувашском языке, они популяризируют его. Люди смотрят на них, в плане контента равняются на них. Пишут комментарии на чувашском языке, сами теперь чаще переходят на чувашский. Хотя далеко не все блогеры ведут страницы на родном языке, но и мы в жизни иногда говорим немного смешанно – то ли на русском, то ли на чувашском. Вот эта “смешанность” тоже влияет на то, что в соцсетях люди хотя бы иногда в постах используют фразы на чувашском» (И1); «Главная заслуга этноблогинга – изменение отношения к родным языкам. Это и чувашского касается. Сейчас очень изменилось отношение ко всему чувашскому, особенно среди молодежи. На тех, кто владеет языком, смотрят с уважением. Блогеры создали моду на то, что говорить по-чувашски – круто. И, если и дальше чувашская блогосфера будет процветать, позитивное отношение к языку, желание учить язык будет только расти» (И2).

Опрошенные отмечают, что этноблогинг дает возможность пользователям узнать мнения представителей разных культур о своей, пересмотреть свое отношение к родному языку под влиянием оценок массовой аудитории: «Регулярно читаю комментарии в этноблогах. И там и парни, и девушки часто подмечают: “Какой красивый чувашский язык!”. Чуваши видят это. Интуитивно чувствую, что на них влияет оценка чувашского языка со стороны. Мне кажется, это меняет восприятие чувашского языка, рождает к нему интерес у тех, кто раньше относился равнодушно или даже пренебрежительно» (И4).

Важно подчеркнуть, что этноориентированная медиасреда становится пространством для использования чувашского языка в разных функциях: «Чувашский язык мелькает в постах. Этим как бы создается языковая среда. Люди комментируют посты блогеров, пишут друг другу. Возникает необходимость использовать язык. Он становится нужным» (И2); «Благодаря подписке на наших этноблогеров, я чаще встречаю другой чувашский контент. Недавно так попался мне стендап на чувашском языке. Я удивилась. Круто, что на родном

языке. Сразу же подписалась, подругам отправила, теперь при встрече цитируем друг другу шутки стендаперов, смеемся вместе» (И5). На повышение престижа языка влияет и тот факт, что этноблогеры расширяют сферы употребления чувашского языка: создают комиксы, делают тематические фотосессии и видеопроекты по мотивам чувашской мифологии, гайды по чувашской хореографии с субтитрами и др.

Эффект 6. Чувашские этноблогеры популяризируют языковой активизм. Выпуская контент на национальном языке и о нем, этноблогеры своими медийными практиками задают пример заботы о родном языке его носителями, побуждают интернет-пользователей быть неравнодушными к материнскому языку: «Этноблогеры стали теми, кто сегодня активно радеет за сохранение и продвижение национальных языков. Я слежу за чувашскими, татарскими, удмуртскими блогами и вижу, как их популярность, высокий интерес аудитории к их контенту, положительно влияют на отношение к национальным языкам в целом, формируют неравнодушную к языкам аудиторию» (И4); «Этноблогеры отличаются от остальных именно тем, что поднимают вопросы прошлого, настоящего и будущего родного языка. Они создают среду для функционирования языка. Тренды по использованию определенных песен на чувашском языке в своих видео. Выпускают классные картинки со слоганами на чувашском. Отдельная моя любовь – это стикеры с чувашскими словечками. В семейном чате всегда друг другу их отправляем. Вот так незаметно язык и живет, становится популярнее» (И8); «Чувашские блогеры часто приезжают с мастер-классами в школы. Костя Доброхотов, Элтияр, Юма Андреева, Настасья – они стараются с детьми говорить на чувашском, показывают свои фото- и видеопроекты. Школьники очень любят эти встречи. Видно по фотографиям. А главное – какой эффект. Перед ребятами предстают успешные молодые люди, блогеры, которые ценят свой язык. И они ведь становятся для них примерами, в том числе в деле заботы о сохранении языка» (И7).

Эффект 7. Чувашские этноблогеры объединяют на своих страницах людей со схожей этноязыковой идентичностью – представителей чувашских диаспор, проживающих на разных территориях в России и за рубежом. Исходя из данных анкет информантов, можем судить о том, что на современном этапе развития общества этноблогеры начали выполнять функции этнической журналистики не только в плане информирования людей об актуальных событиях из жизни народов и распространения знаний среди них об их истории, культуре и языке, но и в плане консолидации представителей этносов: «Этноблоги сближают чувашей со всего мира. Это возможность встретиться всем вместе, обсудить близкие нам темы. Раньше у диаспор были свои странички в интернете, теперь все подписывается на этноблогеров, общаются в комментариях» (И1); «Среди этноблогеров – немало чувашей, живущих за пределами республики. Интересно смотреть за чувашами Татарстана, за чувашами, живущими в Москве и Санкт-Петербурге, за чувашами, живущими за границей. Все по-разному ведут страницы, но подписчики следят и за теми и за другими, могут и поспорить о чем-то, обсудить сохранившиеся традиции. Соцсети этноблогеров – живая площадка для общения чувашей из разных уголков» (И2); «Доброхотов рассказывал в своем блоге, что, когда приехал на Кубу, его сразу узнали как чувашского блогера. Чуваша, которые в тот момент находились там на отдыхе, увидели на его странице, что он на Кубе, написали ему и предложили встретиться» (И7).

В условиях экранной культуры, в рамках которой для получения информации и знания человек организует свою повседневность в неразрывной связи с цифровыми устройствами, сохранение и развитие миноритарных языков зависят от коммуникативных практик их носителей в Интернете. Этноблогеры, создавая разноформатный этнокультурный контент на родном языке, формируют языковую среду, пространство для общения – диалога с автором постов и другими пользователями, а также моделируют практики использования этнического языка как в межличностной, так и групповой коммуникации, чем расширяют сферы его функционирования в Сети. С ростом популярности этноблогов повышается их коммуникативная значимость, что позитивно влияет на медиаобраз связанных с ними языков и культур и в результате на установки представителей этнических общностей в отношении к родным языкам.

Заключение

Анализ материалов социолингвистического обследования позволил нам прийти к следующему выводу. Языки народов России в актуальной социокультурной ситуации получают поддержку не только в рамках государственной национальной политики, но и на уровне гражданских инициатив этнически ориентированных медиадеятелей – этноблогеров. Итоги анкетного интервьюирования профессионального сообщества студентов-филологов и активных потребителей этнокультурного контента в одном лице позволили выявить закономерности в их восприятии феномена чувашского этноблогинга и на их основе установить определенные тенденции в его влиянии на аудиторию.

Основываясь на совокупных оценках информантов, мы установили диапазон коммуникативных эффектов речевой деятельности чувашских этноблогеров:

- во-первых, они делают чувашский язык и культуру заметными в глобальном медиапространстве;
- во-вторых, формируют интерес к чувашскому языку и культуре у интернет-пользователей;
- в-третьих, мотивируют других пользователей примером своей высокой популярности на создание этнокультурного контента и использование чувашского языка в Интернете;
- в-четвертых, вдохновляют интернет-пользователей своими проектами на углубленное изучение чувашского языка;
- в-пятых, повышают престиж чувашского языка в современном обществе;

- в-шестых, популяризируют языковой активизм;
- в-седьмых, объединяют на своих страницах людей со схожей этноязыковой идентичностью – представителей чувашских диаспор, проживающих на разных территориях в России и за рубежом.

Перспективы дальнейшей разработки проблемы мы видим, с одной стороны, в социолингвистическом изучении эффектов этноблогинга не только на чувашском, но и на других миноритарных языках России в целях уточнения диапазона влияния этноблогеров на сохранение и развитие языков и культур народов страны и, с другой стороны, в расширении социальных групп, входящих в число потенциальных информантов.

Материалы исследования | Research materials

1. Список языков России. 2023. https://jazykirf.iling-ran.ru/list_2023.shtml
2. Статистика печати. Статистические показатели 9 месяцев 2025 года. 2025. <https://www.rsl.ru/ru/rkp/gosbbu/statistika-pechati-li-spravochnaya-rabota?ysclid=mhx88127c9107248472>

Источники | References

1. Афанасьева В. А. Особенности этноблогинга Удмуртии (на примере телеграм-канала «О чём поёт вотячка») // Инновации в науке и практике: сборник научных статей по материалам XV Международной научно-практической конференции (г. Уфа, 11 июня 2024 года). Уфа: Вестник науки, 2024.
2. Баранова В. В. Языковая политика без политиков: языковой активизм и миноритарные языки в России. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2023.
3. Ваньке А. В., Полухина Е. В., Стрельникова А. В. Как собрать данные в полевом качественном исследовании. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020.
4. Гаврилов А. Д. Чувашские этноблогеры как субъекты медиасреды: языковые практики самопрезентации // Язык и слово: сборник статей Всероссийской научно-практической конференции (г. Чебоксары, 23 ноября 2023 года). Чебоксары: Чувашский государственный университет имени И. Н. Ульянова, 2023.
5. Головнев В. А. Медиатрансформации в этнографии и рождение этноблогинга (на примере хантов реки Тромыган) // Этнография. 2021. № 4 (14). [https://doi.org/10.31250/2618-8600-2021-4\(14\)-186-210](https://doi.org/10.31250/2618-8600-2021-4(14)-186-210)
6. Головнев В. А. Эвенкийский этноблогинг: виртуальная самопрезентация и теория социальной драматургии // Вестник антропологии. 2024. № 2. <https://doi.org/10.33876/2311-0546/2024-2/129-146>
7. Ефремов Д. А. Этноблогинг Удмуртии в социальных сетях: актуальные тренды // Журналистика в 2023 году: творчество, профессия, индустрия: материалы международной научно-практической конференции (г. Москва, 05-06 февраля 2024 года). М.: Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, 2024.
8. Крысин Л. П. Очерки по социолингвистике. М.: ФЛИНТА, 2021.
9. Мухаметова Р. Р. Этноблогинг как эффективный инструмент сохранения и популяризации родных языков народов Челябинской области // MEDIAОбразование. Цифровая среда: между позитивом и деструкцией: сборник материалов VIII Международной научно-практической конференции (г. Челябинск, 21-23 ноября 2023 года). Челябинск: Челябинский институт развития профессионального образования, 2024.
10. Нурутдинов Н. Р., Ханова А. Ф., Мустафина Д. Н. Языковой активизм и языковые идеологии в социальных сетях // Социолингвистика. 2022. № 1 (9). <https://doi.org/10.37892/2713-2951-1-9-80-99>
11. Орлова Н. А. Роль национального блогерства и специализированных сообществ в социальных сетях в популяризации языка и культуры марийского народа // Современное финно-угроведение: наука – общество – культура: сборник статей по материалам VII Всероссийской научной конференции финно-угроведов, посвященной 300-летию Российской академии наук (г. Йошкар-Ола, 27-30 июня 2024 года). Йошкар-Ола: Марийский научно-исследовательский институт языка, литературы и истории им. В. М. Васильева, 2024.
12. Пыреськина Е. М. Национальный язык и этническая культура в блогосфере (на примере Республики Мордовия) // Вестник Марийского государственного университета. 2025. Т. 19. № 1. <https://doi.org/10.30914/2072-6783-2025-19-1-100-105>
13. Ягафова Е. А. Чувашский этноблогинг: практики репрезентации этничности в киберпространстве // Вестник антропологии. 2025. № 2. <https://doi.org/10.33876/2311-0546/2025-2/187-206>
14. Gavrilov A. D. Chuvash Ethnoblogging as a Communicative Phenomenon: Bilingual and Transcultural Aspects // Polylinguality and Transcultural Practices. 2025. Vol. 22. № 3. <https://doi.org/10.22363/2618-897X-2025-22-3-588-600>

Финансирование | Funding



Оплата публикации производится за счет средств Чувашского государственного университета в рамках договора № 8-25 от 28 мая 2025 г.



Payment for the publication is funded by the Chuvash State University under agreement No. 8-25 dated May 28, 2025.

Информация об авторах | Author information**RU****Гаврилов Артем Дмитриевич¹**, к. филол. н.**Иванова Алена Михайловна²**, д. филол. н., проф.¹ Чувашский государственный университет имени И. Н. Ульянова, г. Чебоксары;

Чувашский государственный институт гуманитарных наук, г. Чебоксары

² Чувашский государственный университет имени И. Н. Ульянова, г. Чебоксары**EN****Artem Dmitrievich Gavrilov¹**, PhD**Alena Mikhailovna Ivanova²**, Dr¹ Chuvash State University, Cheboksary;

Chuvash State Institute of Humanities, Cheboksary

² Chuvash State University, Cheboksary

¹ artmaster28@rambler.ru, ² amivano@rambler.ru**Информация о статье | About this article**

Дата поступления рукописи (received): 24.11.2025; опубликовано online (published online): 19.12.2025.

Ключевые слова (keywords): язык и культура; социолингвистика; коммуникативный эффект; этноблогинг; чувашский этноблог; language and culture; sociolinguistics; communicative effect; ethnoblogging; Chuvash ethnoblog.